Basel, den 6. April 1929 XXIX. Jahrgang / No. 14

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-12 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 15.— per Jahr, Fr. 8.— per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.



Redaktion: Dr. HENRY FAUCHERRE. Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel. Für denselben Dr. Oscar Schär

Inhalt: Führende Gedanken. — Der Verband schweiz. Konsumvereine im Jahre 1928. — Zur Frage der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion. — Eine ausgezeichnete genossenschaftliche Laufbahn. — Vom norwegischen Genossenschaftsverband. — Jahresabschlüsse von Verbandsvereinen. — Stellungnahme zum Geschenk- und Beigabewesen. — Volkswirtschaft: Wirtschaftlicher Wochenbericht. — Bewegung des Auslandes: Grossbritannien, Spanien, Indien, China. — Bibliographie. — Verbandsnachrichten: Aus den Verhandlungen der Sitzung der Verwaltungskommission vom 26. März 1929. — Einladung zur Frühjahrskonferenz des Kreises III b, IV und VIII. — Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.



Führende Gedanken



Niemand ist für sich allein da!

I.

Unsere ganze Kultur, unsere ganze Geschichte beruht auf der Verwertung des einzelnen menschlichen Daseins für die Zwecke der Gesamtheit. Es gibt kein Menschenleben, das bloss für sich da wäre, jedes ist zugleich der Welt wegen da, jeder Mensch arbeitet an seiner, wenn auch noch so eng begrenzten Stelle mit an dem Kulturzwecke der Menschheit. Und wäre es der geringste Arbeiter, er beteiligt sich an einer ihrer Aufgaben.

Ich kann mir kein Menschendasein denken, so arm, so inhaltlos, so eng, so elend, das nicht einem andern Dasein zugute käme; nicht selten hat selbst ein solches für die Welt die reichste Frucht getragen. Die Wiege des grössten Mannes stand oft in der ärmsten Hütte. Das Weib, das ihm das Dasein gegeben, das ihn gesäugt und gepflegt hat, hat der Menschheit einen grösseren Dienst geleistet als mancher König auf seinem Throne. Was kann ein Kind dem Kinde sein? Oft mehr als Eltern und Lehrer zusammengenommen. Im Spiele mit seinen Genossen lernt das Kind für das praktische Leben mitunter mehr und Besseres als aus den «Lehren der Weisheit und der Tugend». Am Spielballe seines Kameraden, den es sich anzueignen versucht, macht es die erste praktische Bekanntschaft mit dem Eigentumsbegriff, und der abschreckende Eindruck der Untugenden seiner Kameraden predigt ihm die erste Moral.

Niemand ist für sich allein da, so wenig wie durch sich allein, sondern jeder ist, wie durch andere, so zugleich für andere da, einerlei, ob mit oder ohne Absicht. Wie der Körper, der die Wärme, die er von aussen aufgenommen, wieder ausstrahlt, so der Mensch das intellektuelle oder ethische Fluidum, das er in der Kulturatmosphäre der Gesellschaft eingeatmet hat. Leben ist unausgesetztes Atmen: Aufnehmen und Zurückgeben von und an die Umgebung; das gilt gleichmässig für das physische wie das geistige Leben. *Jhering:* Der Zweck im Recht.

Der Verband schweiz. Konsumvereine im Jahre 1928.

II.

Ueber die Mitgliederbewegung teilt der Rechenschaftsbericht mit, dass im Jahre 4 Konsumvereine in den Verband aufgenommen werden konnten: Reiden und Umgebung (gegründet 1928), Wolfwil (Solothurn — 1928), Melchnau (Bern — 1928), Dino (Tessin — 1926). Dagegen mussten aus der Mitgliederliste gestrichen werden die Konsumvereine von Borgnone (Tessin) wegen Liquidation, Obergerlafingen (Solothurn) wegen Vereinigung mit der Konsumgenossenschaft Niedergerlafingen, Reinach und Umgebung (Aargau) wegen Fusion mit der Konsumgenossenschaft Menziken-Burg. Die Gründungsbestrebungen müssen sich mit wenigen Erfolgen begnügen, weil in den grösseren Ortschaften schon überall Konsumvereine bestehen, die in vielen kleinen Ortschaften Ablagen betreiben. In drei Fällen wurde im Jahre 1928 die Gründung dadurch ermöglicht, dass für die ersten Jahre die Treuhandabteilung des V. S. K. die eigentliche Geschäftsführung besorgt. Es wäre jedoch unrichtig, anzunehmen, dass nach dieser Methode nun eine grössere Zahl von Konsumvereinen gegründet werden könnte; Voraussetzung ist auch bei diesem Verfahren, dass im betreffenden Wirtschaftsgebiet mindestens eine genügende Zahl von Personen gewonnen werden kann, die sich als Träger der Genossenschaft fühlen und deren Interessen wahren wollen.

Nach einer Statistik, die das Departement für Propaganda, Rechts- und Bildungswesen erstellen liess, umfassen diejenigen schweizerischen Gemeinden, in denen Verkaufsstellen von Konsumvereinen unseres Verbandes tätig sind, total 652,069 Haushaltungen und 2,780,029 Einwohner. Es kann nun angenommen werden, dass in diesen Gemeinden, bei einem Bestande von rund 360—370,000 Mitgliedern unserer Organisation, über die Hälfte der Einwohner unseren Verbandsvereinen angeschlossen sind, wobei Doppelzählungen wahrscheinlich nur ausnahmsweise in Betracht fallen. Vom Gesamtbestand der Schweizerbevölkerung auf 1. Dezember 1920 be-

rechnet, befinden sich also noch in Gemeinden mit 234,805 Haushaltungen und 1,100,291 Einwohnern Konsumenten, die nicht in ihrer Gemeinde selbst bei einer Konsumvereinsfiliale unseres Verbandes ihre Bedarfsartikel eindecken können. Die Zahl scheint verhältnismässig gross, verteilt sich jedoch auf über 2000 meist kleinere Gemeinden mit nur 550 Einwohnern im Durchschnitt. Die angestrebte Ausbreitung unserer Bewegung wird also meistens nach der Richtung hin gehen müssen, dass in den Gemeinden, in denen bereits Filialen bestehen, der Prozentsatz der Mitglieder im Verhältnis zu den Haushaltungen gesteigert wird und dass die bereits eingetretenen oder neu zu gewinnenden Mitglieder in diesen Gemeinden dazu veranlasst werden, einen immer steigenden Teil ihres Bedarfes in den bestehenden Konsumvereinsfilialen zu decken.

Für die Erleichterung dieser Aufgabe tut der Verband viel. Er unterhält einen beträchtlichen Propaganda-Apparat, dessen wichtigster Teil die Mitgliederpresse ist. Das «Genossenschaftliche Volksblatt» wurde in einer Auflage von mehr als 200,000 Exemplaren wöchentlich verbreitet, «La Coopération» in nahezu 50,000 und «La Cooperazione» in nahezu 10,000 Exemplaren. Ausserdem erscheinen die Fachblätter «Schweiz. Konsumverein», «Le Coopérateur Suisse» und das «Bulletin». Auch der Film wird in den Dienst der konsumgenossenschaftlichen Propaganda gestellt. Die vom V. S. K. hergestellten Filme über die Betriebe des Verbandes und einzelner Zweckgenossenschaften wurden durch zahlreiche Filme über die ausländische Konsumvereinsbewegung vermehrt. Diese Filme werden den Verbandsvereinen mietweise für Vorführungen abgegeben. Im verflossenen Jahre wurden 89 Filme an 40 Vereine für 83 Vorführungen ausgeliehen. Einige Filme des Verbandes werden sodann allwöchentlich in verschiedenen Kinematographen-Theatern der Schweiz einem weiteren Publikum vorgeführt, wodurch erreicht werden soll, die Idee des Genossenschaftswesens auch in solche Kreise zu bringen, die an den Veranstaltungen der Vereine nicht teilnehmen.

Dem gleichen Zwecke, die Aufmerksamkeit weiterer Kreise auf das Konsumgenossenschaftswesen zu lenken, diente die Beteiligung des Konsumgenossenschaftlichen Frauenbundes der Schweiz an der «Saffa» (Schweizerische Ausstellung für Frauenarbeit) in Bern unter dem Protektorat des V. S. K. Die Verwaltungskommission bewilligte zu diesem Zwecke dem Konsumgenossenschaftlichen Frauenbund einen Kredit von Fr. 9168.40. Man darf annehmen, dass die Ausstellung des Konsumgenossenschaftlichen Frauenbundes, trotz ihrer Einfachheit, infolge der gediegenen Durchführung ihre Wirkung nicht verfehlt hat. Wenn diese vier Wochen dauernde Manifestation der «Saffa» als ein grosser Erfolg der Frauenarbeit bezeichnet werden kann, so ist wohl die Frage berechtigt, welch grosse, ungeahnte Erfolgsmöglichkeiten sich ergeben würden, wenn alle Schweizer Frauen sich zu gemeinsamer Arbeit zusammenschliessen würden, in tagtäglichem Zusammenwirken, zur Vertretung ihrer ureigensten Interessen als Konsumenten und Hausfrauen.

Die mündliche Propaganda, die natürlich auch nicht fehlen darf, wurde durch etwa 80 Referate bestritten, von denen ungefähr 30 durch Frauen gehalten wurden.

Der Verbreitung der Genossenschaftsliteratur wurde im Berichtsjahre vermehrte Aufmerksamkeit geschenkt. Als Neuerscheinungen des Jahres 1928 sind zu nennen: «Genossenschaftliche Volksbibliothek» Heft 24: H. Faucherre, «Umrisse einer genossenschaftlichen Ideengeschichte, II. Teil: Die Schweiz», in zwei Auflagen, — eines der am meisten begehrten Hefte —; Heft 9: U. Meyer, «Was alle Frauen wissen sollten» — eine sehr gute Propagandabroschüre — in zweiter und dritter starker Auflage; Heft 22: Dr. Pritzker, «Winke für den Wareneinkauf» in zweiter Auflage; Heft 25: «Zurück zur Quelle», von Frau A. Treub-Cornaz; Heft 26: «Geschichte des Konsumgenossenschaftlichen Frauenbundes», verfasst von Frau J. Misteli. In neuer Auflage wurde auch die bekannte und nützliche «Buchhaltung für kleinere Konsumvereine» herausgebracht. Von der in französischer Sprache erscheinenden «Bibliothèque coopérative populaire» erschien in diesem Jahre keine Nummer. Dagegen wurde eine kleine Schrift: «Freidorf, Colonie modèle», von Mme A. Treub-Cornaz publiziert. Der Taschenkalender des V. S. K. pro 1929 wurde in gewohnter Weise in deutscher und französischer Sprache vermittelt, ferner eine Schrift: Henri Lasserre, «Das integrale Genossenschaftswesen», in deutscher und französischer Sprache.

Die Umsatzvermehrung des Verbandes beweist, dass die Propaganda etwas auszurichten vermag. Natürlich müssen die Mitglieder der Konsumvereine bei diesen finden, was ihnen versprochen wird. Hier kommt es nun sehr auf die Leistungen der Grosseinkaufsstelle an. In welchem Umfange sie den Verbandsvereinen im Jahre 1928 Waren vermittelte, ergibt sich aus den nachstehenden Zusammenstellungen. Die einzelnen Abteilungen setzten im Vergleiche mit 1913 (dem letzten Vorkriegsjahr) und 1927 für folgende Summen Waren um:

Abteilung	1913	1927	1928
Zucker	4,065,700.—	13,907,800.—	11,636,800.—
Weine	1,117,400.—	5,803,300.—	5,947,600.—
Futtermittel	633,800.—	3,655,000.—	4,111,300.—
Landesprodukte	1,265,300.—	4,081,500.—	4,872,000.—
Käse	864,200.—	5,088,600.—	5,139,100.—
Fleischwaren	7,231,300.—	23,135,800.—	24,669,100.—
Fabrikationsartikel	8,453,200.—	23,352,500.—	25,682,900.—
Kolonialwaren	3,252,100.—	8,215,300.—	9,171,600.—
Gebrauchsartikel A	3,926,000.—	11,485,600.—	12,437,900.—
Gebrauchsartikel B	932,700.—	3,931,300.—	4,431,300.—
Brennstoffe	2,998,600.—	7,594,800.—	7,961,900.—
Manufakturwaren	1,879,200.—	6,957,600.—	7,997,500.—
Merceriewaren	236,200.—	1,215,300.—	1,365,800.—
Schuhwaren	1,964,300.—	6,317,900.—	7,821,400.—
Mahlprodukte M.S.K. und Minot. coop. du Léman	5,606,500.—	10,963,700.—	11,659,200.—
Milch, frische	—.—	6,624,500.—	7,093,900.—

Wenn einzig die Abteilung Zucker einen wertmässigen Umsatzrückgang aufweist, so ist dies auf die billigeren Zuckerpreise zurückzuführen; mengenmässig hat sich der Umsatz auch hier erhöht.

Dass der von den technischen Betrieben bewältigte Warenverkehr beträchtlich sein muss, lassen die Umsatzsummen vermuten. Wie er sich vollzieht, mögen die Angaben aus den Lagerhäusern in Pratteln zeigen:

Wareneingang:

Einzelsendungen:	Anzahl . . .	11,651
	Collis . . .	235,302
	Kilos . . .	4,421,049
Eisenbahnwagen:	Anzahl . . .	934
	Kilos . . .	10,087,041

Warenausgang:

Zahl der ausgeführten Aufträge		134,914
Einzelsendungen:	Anzahl . . .	42,515
	Collis . . .	379,282
	Poststücke .	37,457
	Kilos . . .	13,132,021
Eisenbahnwagen:	Anzahl . . .	172
	Kilos . . .	1,099,699

Die von der Abteilung Spedition im Jahre 1928 abgefertigten Sendungen belaufen sich auf: 10,782 Abfertigungen mit 53,194,340 kg gleich 5319 Wagen à 10 Tonnen.

Ausser den Bahnabfertigungen wurden in Basel noch 15,740 Pakete im Postverkehr eingelöst, abgefertigt und den verschiedenen Abteilungen zugestellt.

Das Freilager in Basel, in dem unverzollte Waren gelagert werden, hatte folgenden Verkehr: an Eingang: 290 Sendungen mit 3,922,440 kg; an Ausgang: 545 Sendungen mit 4,001,040 kg.

Der Automobilbetrieb funktioniert befriedigend. In Basel, Pratteln, Wülflingen und Morges sind 17 Motorlastwagen mit 10 Anhängewagen im Betrieb, mit denen im Ueberlandverkehr (Belieferung der Vereine) ein Warenquantum von 25,873,300 kg befördert wurde.

Bezüglich der Lieferung von ganzen Wagenladungen von Importtransporten ab Schweizergrenze sowie von Inlandspeditionen wurde mit der «Sesa», Schweizerische Express A.-G. Zürich, eine Vereinbarung getroffen, wodurch der Verband der Notwendigkeit einer weiteren Ausdehnung seines Automobildienstes enthoben wurde.

Der Verband will seine Warenvermittlung so einwandfrei als möglich gestalten. Dazu dient ihm besonders auch das Laboratorium, über dessen Tätigkeit wieder eingehend berichtet wird. Die Gesamtzahl der untersuchten und begutachteten Objekte beträgt 3059, gegenüber 2709 im Vorjahre. Eine prompte und zweckdienliche Erledigung der Aufträge ist durch die inzwischen erfolgte Erweiterung der Anstalt wesentlich gefördert worden. Mit dem Wegziehen der früheren Bankabteilung konnte neuer Raum für die so notwendige Ausdehnung des Laboratoriums gewonnen werden. Durch Verlegung der Degustationsräumlichkeiten und der Versuchsrösterei, sowie durch einige kleinere Umänderungen, erfuhr das Laboratorium eine wesentliche Entlastung. Es konnte nun alles viel zweckmässiger gestaltet und eingerichtet werden, so dass die vorgenommene Erweiterung für längere Zeit auch einem weiterhin zunehmenden Betriebe genügen dürfte.

Von den eingegangenen Aufträgen entfallen auf den Verband 2519 (1927: 2153) und auf die Verbandsvereine 540 (548). Die Anzahl der Beanstandungen betrug 152 (178) oder 5% (6,6%). Reklamationen meist geringfügiger Natur sind 40 eingegangen, von denen nur sechs als mehr oder weniger berechtigt anzusehen waren.

Was die Untersuchungen im einzelnen zutage förderten, wird durch die Bekanntgabe zahlreicher Resultate dargelegt. Daraus ergibt sich, dass die Warenprüfungsstelle des Verbandes sehr verdienstvolle Arbeit leistet.

Im Zusammenhang mit den vorstehenden Angaben über die Warenvermittlung des Verbandes sei noch erwähnt, wie die einzelnen Kreise am Bezuge beteiligt sind:

Kreis I	mit 64	Vereinen	Fr. 15,145,160.13
» II	» 31	»	» 12,144,359.85
» IIIa	» 74	»	» 17,928,586.81
» IIIb	» 18	»	» 1,123,457.95
» IV	» 39	»	» 33,071,578.78
» V	» 56	»	» 9,991,343.92
» VI	» 15	»	» 5,324,562.26
» VII	» 47	»	» 25,012,969.18
» VIII	» 39	»	» 8,142,630.90
» IXa	» 32	»	» 5,005,663.35
» IXb	» 28	»	» 4,467,872.20
» X	» 62	»	» 3,664,084.10
Zweckgenossenschaften und Stiftungen	» 11	»	» 510,189.25

Zur Frage der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion.

Die konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion hat das Verführerische an sich, von vielen als eine leicht zu lösende Aufgabe angesehen zu werden. Sie vermögen es deshalb oft nicht zu begreifen, dass hier die Dinge nur sehr langsam reifen wollen. Diesen raschen Befürwortern der Eigenproduktion darf man zubilligen, dass der Gedanke an eine grosse Sache sie leichter zu Wünschen als zu Ueberlegungen führt, und man darf es ihnen nicht allzusehr verargen, wenn sie ungerecht über diejenigen urteilen, die auf Grund sachlicher Prüfung erklären müssen, dass für die Verwirklichung der Eigenproduktion auf etwa namhaft gemachten Gebieten die Voraussetzungen nicht oder noch nicht gegeben sind. Schliesslich sprechen die in Betracht fallenden Verhältnisse das massgebende Wort, auf das zu hören dann allerdings Pflicht aller Genossenschafter wäre. Es ist wieder einmal lehrreich, was zum Kapitel Eigenproduktion aus Prag berichtet wird, wo die spezielle Frage der Errichtung einer genossenschaftlichen Zuckerfabrik diskutiert wurde. Ueber die Angelegenheit orientiert ein Artikel in der «Konsumgenossenschaft», dem wir folgendes entnehmen:

Im Organ der Konsumgenossenschaft «Vcela» in Prag wurde zu wiederholten Malen im Zusammenhange mit der fortschreitenden Vertrustung und Kartellierung der inländischen privaten Wirtschaft der präzise Vorschlag gemacht, das schamlose Preisdiktat des tschechoslowakischen Zuckerkartells durch die Errichtung einer genossenschaftlichen Zuckerfabrik zu brechen; die beiden Grosseinkaufsgesellschaften der inländischen konsumgenossenschaftlichen Bewegung sollen, diesem Vorschlage gemäss, gemeinsam an dieses Werk schreiten und seine Produktion gemeinsam leiten. — Das klingt für den ersten Augenblick ziemlich bestechend. Der naive Leser einer solchen Nachricht denkt: «Zuk-

kerfabrik! Organisierter Absatz, stabile Produktion, Massenerzeugung, ergo verbilligte Regie, — warum nicht? Die Sache kann gehen.» Und merkwürdigerweise findet dieser doch so treffliche Vorschlag bei den Fachleuten absolut kein Gehör und kein Verständnis. Trifft da nicht die Leitungen der Genossenschaftsbewegung der Vorwurf des schwärzesten Verrates an den Interessen der breiten Schichten der Konsumenten?

Unterziehen wir den Vorschlag zur Errichtung einer Zuckerfabrik durch die Grosseinkaufsgesellschaften einmal einer nüchternen Kritik.

Zum Kriegführen gehört vor allen Dingen erstens Geld, zweitens Geld und drittens noch einmal Geld. Eine Zuckerfabrik, die den Bedarf der organisierten Verbraucher in allen Zuckersorten decken soll, müsste naturgemäss eine solche von entsprechender Produktions-Kapazität sein, kein Kleinbetrieb. Das würde Kapitalinvestitionen erfordern, von deren Umfang sich der Schreiber des betreffenden Artikels augenscheinlich keine Vorstellungen gemacht hat. In dem Vorschlag ist ganz ausser Acht gelassen, dass eine solche Kampfposition gegen das Zuckerkartell nicht unvollständig ausgebaut sein dürfte; von der Rübe bis zum fertigen Zucker müssten wir die Produktion in den Händen haben. Der Ankauf von ausgedehnten Ländereien zum Anbau der Zuckerrübe und die Errichtung einer Rohzuckerfabrik wären als produktionstechnische Voraussetzungen einer Zuckerraffinerie unumgängliche Erfordernisse. Es ist doch eine bekannte Tatsache, dass sich das Kartell der Rübenbauern an das der Zuckerindustriellen in engster Zusammenarbeit anschliesst. Wenn man bloss eine Zuckerraffinerie errichten würde, wäre man der nackten Willkür der Rohzuckerfabriken ausgeliefert. Würde man auf den eigenen Anbau der Rübe verzichten und Rohzuckerfabrik und Raffinerie errichten, dann müsste man von Kampagne zu Kampagne in schwierige Unterhandlungen mit den Rübenbauern eintreten, deren Ausgang immer ein unbestimmter wäre. Deshalb müsste man die ganze vertikale Reihe der Produktionsbetriebe, vom Rübenanbau bis zur Zuckerraffinerie selbst bewirtschaften. — Würden die Genossenschaften und mit ihnen die Grosseinkaufsgesellschaften derartige Kapitalentnahmen aus der normalen Gebarung ohne massloses Ansteigen des fremden Kapitals, für das wir doch selbstverständlich Zinsen zahlen müssten, ertragen? Kaum.

Als zweites ist die Standortfrage zu beachten. Wo müsste die Zuckerfabrik errichtet werden? Für welchen Ort immer man sich bei dieser Frage entscheiden würde, wäre der Aktionsradius einer solchen Zuckerfabrik ein ungeheurer. Wir nennen ein paar Orte: Asch, Pressburg, Jägerndorf, Kaplitz, Prag. Enorme Frachten wären die Folge. Wo bliebe die Ersparnis gegenüber der Vielheit der Zuckerfabriken der Privatwirtschaft? Es müssten also mehrere Fabriken errichtet werden.

Als drittes kommt bei diesem ganzen Komplex noch folgendes in Betracht: Selbst wenn wir die ungeheuren Mittel aufbringen würden, welche die Realisierung eines solchen Projektes im vollen Umfange erfordern, würde die Flüssigmachung des laufenden Betriebskapitals, welches für die drei bis vier Monate der Kampagne bereitstehen muss, unendliche Schwierigkeiten machen. Die Grosseinkaufsgesellschaften müssten ihr gesamtes Eigenkapital in diesem Unternehmen investieren. Woher dann das Geld zur Aufrechterhaltung der genossenschaftlichen Einkaufszentralen nehmen? Borgen? Fremdes Kapital kostet hohe Zinsen, die in irgend einer Form von den Verbrauchern bezahlt werden müssten.

Alles in allem: wir sind noch zu schwach und noch zu arm.»

Der letzte Satz ist besonders zu beachten, denn er sagt neuerdings, dass die genossenschaftliche Eigenproduktion in umfassender Weise erst möglich ist, wenn die Genossenschaften stärker und reicher geworden sind. Um beides zu werden, brauchen sie die volle Genossenschaftstreue ihrer Mitglieder, denn sie ist die Quelle genossenschaftlicher Kraft und genossenschaftlichen Reichtums.



Eine ausgezeichnete genossenschaftliche Laufbahn.

Kürzlich waren 30 Jahre vergangen, seit sich Prof. Dr. Vahan Totomianz der Genossenschaftsbewegung widmet. Dies war in gleicher Weise eine inhaltsreiche und dankbare Laufbahn, die von wertvoller Bedeutung nicht nur für die Entwicklung der Genossenschaften Russlands, der Heimat Totomianz', war, sondern für die internationale Genossenschaftsbewegung im allgemeinen. Denn der Name Totomianz ist durch seine zahlreichen genossenschaftlichen Schriften und Abhandlungen in vielen modernen Sprachen in aller Herren Länder gut bekannt, wo die Ideen der Genossenschaftsbewegung Verbreitung finden. Schon als Student, als Totomianz an den Universitäten Bern, Genf und Zürich studierte, begann er sich mit Genossenschaftsfragen zu befassen. Einen starken Eindruck machten auf ihn damals die von der Berliner Gesellschaft für ethische Kultur in Zürich veranstalteten Vorlesungen, wobei das Genossenschaftswesen von dem schweizerischen Genossenschaftsführer Stephan Gschwind besonders geistreich behandelt wurde. Im Jahre 1897 begab sich Totomianz nach Brüssel, um an der dortigen Universität zu studieren und gleichzeitig die Konsumgenossenschaftsbewegung Belgiens näher kennen zu lernen. Dort kam er in Fühlung mit E. Anseele, L. Bertrand und E. Vandervelde. Darauf ging Totomianz nach Paris. Dort studierte er die zahlreichen Konsum- und Produktivgenossenschaften, über die er eine ausgezeichnete Abhandlung in der Petersburger Zeitschrift «Novaja Shisn» (Neues Leben) veröffentlichte. Im Jahre 1899, nach seiner Rückkehr aus dem Auslande, entfaltete Totomianz sowohl in bekannten Tageszeitungen als auch in Zeitschriften, eine umfangreiche publizistische Tätigkeit, die gänzlich Genossenschaftsfragen gewidmet war. Besondere Erwähnung verdient dabei die Abhandlung: «Die Macht der Genossenschaft», die in der vornehmen wissenschaftlichen Zeitschrift «Mir Boshi» (Die Welt Gottes) erschien und grosses Aufsehen erregte. Diese Arbeit wurde später vom Konsumverein Moskau als eine Sonderschrift herausgegeben und erlebte fünf Auflagen, von denen die letzte vom Zentralverband russischer Konsumvereine veranlasst wurde, zum Zwecke ihrer weitesten Verbreitung unter der Bevölkerung. Um diese Zeit war die öffentliche Meinung Russlands keineswegs günstig für die Aufnahme der Genossenschaftsideen. Und Totomianz hatte nicht wenig mit seinen Gegnern zu kämpfen. Seine konsequente und zielbewusste literarische Tätigkeit, welche die vielseitigen und mannigfaltigen Gebiete der Theorie und Praxis der Genossenschaftsbewegung behandelte,

fand jedoch mehr und mehr Anerkennung. Das Genossenschaftswesen wurde zu einem Gegenstand lebhafter Erörterungen in der Presse und im Unterricht an den russischen Hochschulen. Totomianz war, wenn wir nicht irren, der erste, der an den russischen Hochschulen Vorlesungen über das Genossenschaftswesen hielt. Im Jahre 1904 erhielt er den Ruf, an den sogenannten Hohen Kursen des Prof. Leshaft in Petersburg Vorlesungen über dieses Fach zu halten. Ungefähr um dieselbe Zeit hielt Totomianz Vorlesungen über das Genossenschaftswesen an der Freien Universität in Paris, die von dem bekannten russischen Gelehrten Maxim Kowalewski gegründet wurde. In der Folgezeit entfaltete Totomianz eine ausgedehnte akademische Tätigkeit, indem er in Moskau, wohin er übersiedelte, Vorlesungen über sein geliebtes Fach an der Universität, an der Handelshochschule, an der landwirtschaftlichen Akademie und an den Universitätskursen des Lyzeums hielt.

Prof. Totomianz' Werke über das Genossenschaftswesen sind zahlreich. Sie behandeln fast sämtliche wichtigen Probleme der Genossenschaftsbewegung. In deutscher Sprache sind — um nur die Hauptarbeiten zu nennen — erschienen: 1. Theorie, Geschichte und Praxis der Konsumentenorganisation. Berlin 1923. Verlag R. L. Prager; 2. Anthologie des Genossenschaftswesens. Berlin 1923. Verlag Prager; 3. Grundlagen des Genossenschaftswesens. Jena 1923. Thüringer Verlagsanstalt; 4. Geschichte der Nationalökonomie und des Sozialismus. Jena 1925. Thüringer Verlagsanstalt; 5. Einführung in das Genossenschaftswesen. Halberstadt 1925. Verlag H. Meyer; 6. Die Frau und das Genossenschaftswesen. Basel 1924. Verband schweiz. Konsumvereine. Besonders hervorzuheben ist, dass Totomianz im Jahre 1928 das erste internationale Handwörterbuch des Genossenschaftswesens herausgegeben hat.

Die grossen Verdienste Totomianz' um die internationale Genossenschaftsbewegung sind allgemein anerkannt. Auf den internationalen Genossenschaftskongress in Basel, der im Jahre 1921 stattfand, wurde Prof. Totomianz zum Ehrenmitglied des internationalen Genossenschaftsbundes gewählt.

Seit zehn Jahren lebt Totomianz im Auslande, hauptsächlich in Deutschland und in der Tschechoslowakei. Er ist akademisch (an der Handelshochschule Berlin und am Genossenschaftsinstitut in Prag) und schriftstellerisch tätig. In seiner russischen Heimat ist ihm der Aufenthalt versagt, da er bei den Sowjetmachthabern als schädlicher Vertreter des «Reformismus» gilt.

Möge der unermüdliche Vorkämpfer der Ideale der Genossenschaftsbewegung noch lange Jahre mit Erfolg wirken. Paul Olberg, Berlin.



Vom norwegischen Genossenschaftsverband.

Nach jahrelangen Schwankungen konnte die norwegische Krone im Jahre 1928 wieder ihren vollen Wert erreichen. Die Stabilisierung zum alten Goldwert hatte Wirkungen zur Folge, die nicht unbedingt erfreulich sind. Wie in der «Int. genossenschaftlichen Rundschau» berichtet wird, hat das Sinken der Werte bewirkt, dass die Stadtverwaltungen und die Banken mit Schwierigkeiten zu kämpfen haben. Nicht weniger als 16 Banken mussten im letzten Jahre ihre Zahlungen einstellen.

Diese Lage hat natürlich auf die Genossenschaftsbewegung einen starken Einfluss. Die 100,000 Genossenschaftsfamilien haben verhältnismässig bescheidene Einkommen, und ihre Kaufkraft ist gesunken. Das fällt auch dort ins Gewicht, wo es sich um die Gründung von neuen Genossenschaften handelt. Die Leute möchten gern Genossenschafter werden; sie haben zur Bewegung im ganzen grosses Vertrauen, und man bringt unserer Propaganda lebhaftes Interesse entgegen. Aber die Geldknappheit hindert so viele Unternehmungen, dass es scheint, als ob man jetzt einmal warten muss, bis die Lage im ganzen sich bessert, ehe man weitere Fortschritte erhoffen kann.

Trotz dieser trüben Nachwirkungen erhöhte die Norges Kooperative Landsforening ihren Umsatz von 25,078,413 Kronen im Jahre 1927 um 5 Prozent auf 26,467,850 Kronen im Jahre 1928, was angesichts der herrschenden Wirtschaftslage ein recht bemerkenswerter Erfolg ist. Tatsächlich ist der Grosshandelsindex vom Dezember 1927 bis Dezember 1928 von 166 auf 157 zurückgegangen, was einen Preissturz um 5,4 Prozent bedeutet, und angesichts dieses Umstandes hat das letzte Jahr bestimmt einen Fortschritt gebracht.

Ein Vergleich des Umsatzes der Norges Kooperative Landsforening mit dem der angeschlossenen Genossenschaften lässt erkennen, dass die genossenschaftliche Lage sich gebessert hat. Der Umsatz einiger Konsumgenossenschaften ist um 4 Prozent zurückgegangen, während der Kleinhandelsindex in der Zeit vom Dezember 1927 bis zum Dezember 1928 sich von 195 auf 183 oder um 6 Prozent ermässigt hat, was bedeutet, dass der Rückgang im Umsatze der Genossenschaften geringer ist als der Preisrückgang, so dass tatsächlich sowohl Norges Kooperative Landsforening als auch die angeschlossenen Genossenschaften im letzten Jahr ihren Umsatz erhöht haben.

Der Umsatz in der Möbelabteilung ist zurückgegangen, da Anfang 1928 verschiedene Artikel von der Abteilung für Eisen- und Kurzwaren übernommen worden sind. Dagegen hat die Abteilung Mercerиewaren eine Zunahme des Umsatzes um nahezu 12 Prozent zu verzeichnen, und von den Zweigstellen hat sich Bergen ganz besonders gut entwickelt.

Unter den Tochtergesellschaften steht die Margarinefabrik «Norge» an erster Stelle. Die Produktion hat sich hier 1887 auf 2415 Tonnen erhöht, was die grösste Zunahme darstellt, die die Fabrik bisher zu verzeichnen hatte. Die Preise sind indessen zurückgegangen, und so weisst auch der Umsatz nicht die gleiche Zunahme auf. Er erhöhte sich von 2,685,583 auf 3,158,008 Kronen. Die Zunahme der Produktionsmenge beträgt 27,9 Prozent, die des Umsatzes in Kronen dagegen nur 17,6 Prozent. Die angeschlossenen Genossenschaften haben auf die von der «Norge» bezogene Margarine eine Rückvergütung von 4½ Prozent erhalten.

Die Seifenfabrik «Samhold» hatte im Jahre 1928 einen Umsatz von 860,306.35 Kronen zu verzeichnen, was gegenüber dem Jahre 1927 einen leichten Rückgang darstellt. Die Bilanz führt den Nettoüberschuss mit 45,570.07 Kronen auf, von dem ein Teil für Abschreibungen verwendet und der Rest an die Reserven abgeführt wurde. Es ist eine Rückvergütung von 5 Prozent ausgerichtet worden. Die Seifenfabrik und ein Mühlenbetrieb, der demnächst eingerichtet werden soll, werden künftig der gleichen Leitung,

Jahresabschlüsse von

Verein	Abschluss pro	Mitgliederzahl	Zahl der Läden	Warenumsatz Total	Warenumsatz pro Mitglied	Warenbezug beim V. S. K.	Betriebskosten (Vermittlungs- und Produktionskosten) Total	Betriebskosten in % zum Warenumsatz	Betriebsüberschuss	Verteilung des Betriebsüberschusses: Ausbezahlte Rückvergütung in Fr.	Ausbezahlte Rückvergütung in %	Abschreibungen	Zuweisungen an diverse Reservefonds
Aedermannsdorf	1. 5. 28	72	1	112,984	1,569	38,913	5,422	4,8	7,029	?	9	?	?
Affoltern a. A.	30. 6. 28	312	2	270,113	866	189,392	24,971	9,2	23,702	19,618	8 u. 7	[1] —	4,000
Berlingen	30. 4. 28	100	1	88,369	884	44,098	7,766	8,8	8,466	5,955	8,5 u. 3	339	2,000
Biberist	30. 6. 28	823	7	717,919	872	223,442	94,931	13,2	[2] 37,291	[2] 32,025	?	[1] —	3,850
Feldis	31. 5. 28	68	2	64,430	948	43,111	4,910	7,6	2,064	—	—	—	2,000
Horgen	30. 6. 28	853	15	1,994,486	2,338	887,486	283,037	14,2	139,996	126,000	7	[1] —	13,000
Jona	7. 7. 28	374	3	472,776	1,264	236,684	41,283	8,7	[2] 44,847	[2] 31,024	[2] 10 u. [3] 5	3,000	10,209
Kirchberg (B.)	30. 6. 28	841	2	526,609	626	299,681	34,402	6,5	57,554	43,106	9	[1] —	12,500
Laufenburg	7. 7. 28	511	1	194,091	380	140,467	21,627	11,1	17,866	14,000	9	[1] —	3,600
Menziken	30. 6. 28	537	4	317,704	592	176,452	35,010	11,0	18,370	16,927	8 u. 5	[1] —	1,200
Mollis	31. 7. 28	124	1	133,556	1,077	85,152	13,130	9,8	14,666	13,431	13 u. 9	—	—
Murg	30. 6. 28	93	1	120,960	1,301	70,929	14,333	11,8	[2] 7,432	[2] 6,932	[2] 8 u. [3] 5	—	500
Niederlenz	30. 6. 28	193	2	129,118	669	47,375	15,027	11,6	[2] 6,670	[2] 6,565	[2] 7 u. [3] 5	[1] —	—
Oberentfelden	30. 6. 28	493	2	300,654	610	157,302	21,657	7,2	33,786	27,255	10	[1] —	5,800
Pfäffikon, A K.V.	31. 3. 28	?	4	184,424	?	77,971	26,600	14,4	9,069	8,415	7 u. 5	[1] —	[1] —
Ragaz	30. 6. 28	303	2	150,744	498	82,776	14,733	9,8	[2] 7,079	[3] 6,079	[3] 7	[1] —	[1] —
Rorschach	30. 6. 28	2,010	16	1,320,274	657	638,986	223,563	16,9	[2] 85,732	[2] 85,732	[2] 9 u. [3] 6	[1] —	[1] —
Rüthi	31. 3. 28	110	3	103,007	936	38,500	13,264	12,9	12,603	6,340	10 u. 7	[1] —	5,800
St.Gallen, A.K.G.	30. 6. 28	598	3	239,263	400	140,388	30,378	12,7	[2] 14,684	[2] 13,483	[2] 8 u. [3] 5	[1] —	1,200
Schmerikon	30. 6. 28	153	1	100,648	658	60,552	7,833	7,8	[2] 8,223	7,397	[2] 10 u. [3] 5	[1] —	826
Schwamendingen	31. 12. 27	370	2	254,365	687	80,280	27,556	10,8	22,817	17,283	8	4,000	700
Teufen	30. 6. 28	428	3	149,307	349	50,298	23,721	15,9	[2] 7,436	[2] 7,436	[2] 7 u. [2] 5	[1] —	[1] —
Trins	30. 4. 28	29	1	22,500	776	15,703	2,249	10,0	1,729	787	7	—	782
Trogen	30. 6. 28	1,267	3	507,430	400	211,578	42,785	8,4	[2] 43,346	[2] 36,578	[2] 10	—	2,543
Uetikon	30. 6. 28	261	4	224,203	859	145,086	36,120	16,1	14,089	11,400	7	[4] 663	1,000
Unterkulm	30. 6. 28	335	2	130,891	391	56,395	13,596	10,4	12,183	8,603	8	600	2,800
Weinfelden	30. 6. 28	508	7	463,853	913	257,559	68,338	14,7	[2] 28,987	[2] 25,000	[2] 7 u. [3] 5	1,880	1,500
Zernez	30. 4. 28	37	1	32,771	886	21,409	4,880	14,9	[2] 1,211	[3] 841	[3] 5	132	180
Zug	30. 6. 28	688	8	534,619	777	320,805	68,236	12,8	[2] 38,954	[2] 29,846	8 u. ?	[1] —	8,000

[1]) Vor Ermittlung des Reinüberschusses vorgenommen. [2]) Sparrabatt inbegriffen. [3]) Sparrabatt. [4]) Teilweise vor Ermittlung des Reinüberschusses vorgenommen.

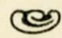
nämlich Samvirkeselskapet Nordkronen, unterstehen.

Die Tabakfabrik hatte einen Umsatz von 9975,973.36 Kronen, das heisst 65,000 Kronen weniger als im Vorjahre, zu verzeichnen. Der Rückgang erklärt sich in der Hauptsache aus dem Preissturz. In der Kaffeerösterei wurden 456 Tonnen Kaffee geröstet gegen 411 Tonnen im Jahre 1927.

Die Depositenabteilung hatte ein sehr gutes Geschäftsjahr. Die Zahl der Konteninhaber erhöhte sich von 15,326 auf über 16,000, während die Gesamtsumme der Einlagen von 5,2 Millionen auf rund 6,3 Millionen Kronen stieg. Die Organisationsabteilung (Verband) hatte sehr viel zu tun und leistete umfassendere Propagandaarbeit als je zuvor. Die Sommerschule fand wie üblich statt. 30 Teilnehmer aus verschiedenen Gegenden wohnten den Kursen bei, von denen 24 Freistellen aus dem «Rechtsanwalt-Dehli-Fonds» erhielten. Verschiedene Kurse waren gut besucht und fanden in allen Gegenden lebhaften Anklang. Auf Verlangen der Organisationsabteilung stiftete die Margarinefabrik «Norge» drei Freistellen für die Internationale Genossenschaftsschule in Hamburg.

Die Propagandaarbeit ist so umfassend wie möglich geleistet worden. Der Sekretär hat zweimal Sorlandet (den südwestlichen Teil Norwegens) durchreist und Vorträge gehalten. Im Herbst fand in ganz Norwegen eine besondere Propagandawoche statt, die gute Erfolge hatte. 31 Redner hielten 294 Vorträge. Im Jahre 1927 war die entsprechende Zahl 164.

Die Auflagenziffern des offiziellen Organs des Verbandes «Kooperatoren» stieg auf 86,000 Exemplare monatlich.



Stellungnahme zum Geschenk- und Beigabewesen.

Von *Ernst Hausammann*, Romanshorn.[1])

Um irgend eine Ware um- und abzusetzen, ist die R e k l a m e eine unbedingte Notwendigkeit. Diese Reklame kann nun in verschiedenen Formen erfolgen. Aber es besteht ein grosser Unterschied zwischen reeller, dem Handel wie dem Verbraucher nützlichen Reklame, sowie unreeller Reklame. Als r e e l l e Reklame muss vor allem die mündliche Anpreisung, das Schaufenster, sowie das Zeitungsinserat bezeichnet werden. Die reelle Reklame nützt die Werbekraft aus, die in der Hervorhebung der Güte und Preiswürdigkeit der Verkaufsware enthalten ist. Diese beiden Eigenschaften der Ware nützen dem Käufer und dem Verkäufer, der in seiner Reklame auf sie hinweist. Eine solche Reklame fördert den gesunden

[1]) Referat in der Generalversammlung des Vereins schweiz. Konsumverwalter.

Verbandsvereinen.

Kasse	Bankguthaben	Warenvorräte	Debitoren	Wertschriften	Liegenschaften	Mobilien Maschinen u. ä.	Waren- und Bankschulden	Spar- und Depositengelder	Obligationen	Anteilscheine	Hypotheken	Reservefonds	Verein
?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	?	? ·	Aedermannsdorf
2,385	12,707	61,701	—	3,900	71,000	1	—	—	33,400	18,591	65,000	15,000	Affoltern a. A.
7	497	20,891	—	600	36,000	1	—	—	7,500	4,970	28,000	11,000	Berlingen
3,273	—	254,418	31,774	34,700	246,000	17,000	4,323	345,803	29,300	30,426	72,120	66,256	Biberist
3,602	22,343	13,251	—	10,400	—	1	511	22,922	6,500	3,240	—	14,989	Feldis
17.461	433,446	254,000	—	129,200	615,000	30,000	—	763,705	91,500	62,369	320,500	113,890	Horgen
5,900	61,387	38,332	1,922	167,503	85,000	1	3,576	—	—	269,338	20,000	38,500	Jona
11,591	182,814	107,493	—	131,500	62,000	1	297	169,467	18,400	36,133	28,000	193,548	Kirchberg (B.)
176	12,721	14,800	2,207	29,500	44,000	1	865	26,257	—	11,217	10,000	40,800	Laufenburg
2,875	20,007	58,675	15,597	5,600	127,896	1	4,050	123,389	7,230	13,154	45,218	20,200	Menziken
2,285	11,060	38,831	1,063	12,600	36,000	1	178	39,003	—	3,861	21,000	22,242	Mollis
7,703	2,426	45,472	—	1,600	20,500	376	—	27,397	9,220	520	26,000	10,215	Murg
2,800	3,539	26,850	940	3,000	41,000	2,500	—	31,667	—	1,930	34,000	6,294	Niederlenz
1,577	74,278	51,700	—	5,500	39,900	2,400	2,306	77,044	—	—	—	68,205	Oberentfelden
3,528	—	45,076	2,577	14,100	138,000	10,400	17,855	35,102	4,250	3,000	128,000	13,805	Pfäffikon, A.K.V.
3,584	3,910	11,427	—	2,450	65,500	1	—	27,133	—	6,040	39,000	13,700	Ragaz
15,853	73,901	176,628	—	33,900	423,793	31,951	—	277,270	—	—	190,000	229,484	Rorschach
1,786	7,920	26,714	2,091	6,400	5,200	1	—	—	—	2,200	6,000	34,234	Rüthi
5,960	2,019	40,000	6,970	7,040	—	5,600	31,387	—	—	9,643	—	13,547	St.Gallen, A.K.G.
1,025	5,957	28,858	1,627	1,800	22,500	1	2,639	—	—	14,910	22,000	12,411	Schmerikon
10,670	—	47,518	277	8,000	50,050	5	10,971	—	—	1,850	48,000	39,700	Schwamendingen
560	225	74,106	—	2,401	50,000	1,990	82,836	—	24,795	3,131	20,515	2,323	Teufen
174	6,681	2,940	467	200	—	1	—	—	6,300	1,485	—	1,582	Trins
8	62,025	42,255	—	42,185	55,000	1	6,236	—	29,700	—	30,500	92,045	Trogen
101	5,408	74,972	2,478	8,700	204,600	7,500	5,702	56,741	67,500	7,330	130,000	22,600	Uetikon
151	1,336	34,050	—	—	18,095	—	5,299	—	—	1,039	23,142	16,500	Unterkulm
4,541	79,672	125,200	8,665	3,200	55,983	3,000	4,080	129,105	46,300	6,260	44,000	30,060	Weinfelden
445	385	13,369	1,752	200	—	768	13,249	—	—	1,931	—	1,680	Zernez
4,708	82,766	52,000	3,560	56,373	242,000	2	1,256	129,361	27,000	—	172,000	72,056	Zug

Wettbewerb, indem sie zur Herstellung, zum Verkauf und zum Kauf der besten und preiswürdigsten Waren anspornt. Eine Reklame aber, die im Käufer den Eindruck eines vorteilhaften Kaufes nicht hauptsächlich durch den Hinweis auf die Güte und Preiswürdigkeit der eigenen Verkaufsware erzeugen will, sondern danach trachtet, die Illusion eines günstigen Kaufes besonders durch die Ankündigung eines Geschenkes oder einer Beigabe zu erregen, ist für den Handel wie für den Konsumenten in mancherlei Beziehungen schädlich.

Die Ansicht, dass diese Auswüchse des Geschenk- und Beigabewesens nur eine Folge der gegenwärtigen wirtschaftlichen Verhältnisse und des schweren Konkurrenzkampfes seien und bei einer Besserung der wirtschaftlichen Verhältnisse auch wieder verschwinden, ist kaum stichhaltig. Das Geschenk- und Beigabewesen hat schon vor dem Kriege gewuchert; es existiert heute nicht nur in der Schweiz, sondern in allen Staaten Europas.

Die verschiedenen Formen und Auswüchse des Geschenk- und Beigabewesens kennen, heisst dasselbe grundsätzlich v e r u r t e i l e n. Am häufigsten äussert sich das Uebel in der Form der Ankündigung eines Geschenkes. Der mit Geschenken arbeitende Fabrikant und Kaufmann verspricht in Inseraten, Prospekten, Flugblättern, Plakaten etc. dem Käufer einer bestimmten Warenmenge ein Geschenk unter krasser Hervorhebung seines angeblichen Wertes, sowie seiner angeblichen Nützlichkeit «gratis», «umsonst» und «kostenlos». Je grösser die Lockung ist, die das Geschenk durch seinen angepriesenen Wert ausübt, desto grösserer Einkauf wird als Bedingung für die Abgabe des Geschenkes gestellt. Und um dem Käufer einen solch grossen Einkauf auch nur in der Theorie zu ermöglichen, wird gestattet, dass der Käufer sozusagen in Raten einkauft, d. h. in verschiedenen Einzelkäufen die für den Erhalt des Geschenkes vorgeschriebene Warenmenge kauft. Bei jedem Einzelkauf erhält der Käufer zu einer bestimmten Teilmenge der eigentlichen Verkaufsware einen Gutschein. Hat er durch die restlose Tätigung der vorgeschriebenen Wareneinkäufe die erforderliche Zahl von Gutscheinen in seinem Besitze, so erhält er dann das versprochene Geschenk «geschenkt». Wem leuchtet nicht ein, dass ein solches System schädlich ist! Schädlich für den Konsumenten, weil die Lockung des Geschenkes auf seine Psyche so stark einwirkt, dass seine kritische Aufmerksamkeit von der Beurteilung der Güte und Preiswürdigkeit der eigentlichen Verkaufsware abgelenkt wird. Je einfacher das Denken, je primitiver ist der Trieb nach einem Geschenk im Käufer. Auf solche Käufer wird in erster Linie spekuliert. Mit dieser psychologischen Wirkung rechnet der Fabrikant und der Verkäufer.

Für den Konsumenten ergeben sich noch weitere, stets schädliche Wirkungen der Geschenklockungen. Der Käufer nämlich, der das Geschenk erst nach Aushändigung von so und so vielen Gutscheinen bekommt, wird möglichst schnell die für die Gutscheine nötigen verschiedenen Käufe vornehmen.

Er wird nicht selten über den Bedarf hinaus die betreffende Ware einkaufen, um sobald als möglich die Gutscheine und damit das Geschenk zu erhalten. Unerfahrenen Hausfrauen, leichtsinnigen Kindern und Dienstboten legt demnach der Geschenkunfug Warenvergeudung resp. Geldverschwendung hinter dem Rücken des Ehemannes oder der Hausfrau nahe. Stellen wir uns z. B. den grossen Haufen Seifen vor, den die Hausfrau kaufen muss, um in den Besitz von 150 Gutscheinen zu gelangen, welche zum Gratisbezug einer «gutgehenden» Damenuhr berechtigen. Diese Hausfrau kann ein Jahrzehnt lang damit waschen. Unser Kollege Walter hat dies vor etwa zwei Jahren in der Lokalauflage Baden des «Gen. Volksblattes» treffend geschildert. Nicht unerwähnt soll noch bleiben, dass ein Geschenk, welches an den

Besitz von so vielen Gutscheinen gebunden ist, selbst bei massloser Verschwendung in einem mit normalem Einkommen rechnenden Haushalt das Geschenk überhaupt nicht in absehbarer Zeit, oder doch erst dann erkauft wird, wenn das Interesse am Besitze vielleicht schon längst erloschen ist. Erkennt vielleicht der Konsument, dass er die betreffende Ware anderswo ohne Gutschein oder Geschenk besser und billiger kaufen könnte, so wird er, wenn er schon eine Anzahl Gutscheine besitzt, nicht der bessern Erkenntnis des Vorteiles, sondern der Begierde nach dem Geschenk weiterhin folgen.

Der Einwand der Befürworter des Geschenk- und Beigabewesens, dass gerade hierin der geschäftliche Wert für den Handel läge, dass die Kauflust angereizt und damit der Warenumsatz erhöht werde, ist nicht stichhaltig, denn dadurch wird die Kauflust nicht erhöht, sondern überreizt, was auf die Dauer die Umsätze mindert. Die Frage, welche Konsumentenkreise geschädigt werden, muss dahin beantwortet werden, dass die Beigabe-Lockungen an alle Käufer und Konsumenten herantreten. Ganz besonders sind es gerade die breiten Massen der Bevölkerung mit schmalem Einkommen. Auf diese, welche mit dem Rappen rechnen müssen, wirkt der Reiz, etwas geschenkt zu erhalten, besonders stark. Und doch sollte man aus der eigenen Erfahrung wissen, dass richtige Geschenke nicht zum Alltäglichen gehören und das Ziel der Fabrikation und des Handels das ist, Ware zu produzieren und zu vermitteln — nicht zu verschenken — und daran zu verdienen. Der Verbraucher hat ein Recht, für sein gutes Geld auch gute und preiswerte Ware zu erhalten. Erzielen Industrie und Handel einen Ueberverdienst, so soll nichts geschenkt und verschenkt, sondern der Warenpreis herabgesetzt werden. Statt dessen wird für gewisse Produkte, welche mit Geschenkgutscheinen in den Handel gelangen, der Preis erhöht, so dass der Konsument offensichtlich den Gutschein nicht nur indirekt, sondern direkt zu zahlen hat.

Das Geschenk- und Beigabewesen hat gerade in den letzten Monaten einen solchen Umfang angenommen, dass man schon von einem Geschenk- und Beigabeunwesen sprechen kann. Alle möglichen und unmöglichen Sachen und Dinge, welche sonst verkauft werden könnten, werden nun «verschenkt». Die Entartung wurzelt in der Lebensmittelbranche. Die Gründe hiefür liegen auf der Hand. In dieser Branche gibt es Waren, die einerseits hinsichtlich ihrer Qualität nicht mit dem ersten Blick bewertet werden können und anderseits einen sehr starken Absatz haben (Kochfettafeln, Kaffee etc.). Auf eine gewisse Anzahl Pfund oder ein Paket der betreffenden Ware wird z. B. eine Tasse «geschenkt». Damit wird auf den Anreiz, das ganze Service zu bekommen, spekuliert. Seit einiger Zeit enthält ein bekanntes Kochfett Gutscheine, wofür der Konsument sogar Bouillonwürfel gratis erhält. Die gegenwärtigen Verhältnisse scheinen zu einer Schraube ohne Ende zu führen. Eine Fabrik folgt der andern in der Abgabe von Gutscheinen. Auch in der Höhe und der Auswahl der Geschenke scheint ein eigentlicher Wettbewerb zu sein.

Die Befürworter des Geschenkwesens halten uns entgegen, dass Beigaben in einwandfreier und lauterer Form eine durchaus berechtigte Reklame seien, bei welcher dem Verbraucher an Stelle nutzloser und kostbilliger Zeitungsreklame wertvolle Gegenstände gegeben werden. Dieser Einwand ist natürlich falsch, indem die Zeitungsreklame die wirksamste und billigste Reklame ist. Mit allen Kniffen und Schlagwörtern wird jedoch der Konsument irre geführt. «Die moderne Sparkasse der praktischen Hausfrau» nennt eine Seifenfabrik in Wort und Bild ihre Geschenkbeigabe-Organisation. «Gutscheine anstatt teurer Zeitungsreklame, also Werte statt Worte» heisst es in einer lockenden Anpreisung.

Wie stellen wir uns als organisierte Konsumenten zu diesem Geschenk- und Beigabewesen? Eigentlich sollten wir darüber nicht diskutieren. Schon die Delegiertenversammlung des V. S. K. in Frauenfeld im Jahre 1911 stimmte einer Resolution zu, welche sich bestimmt gegen das Geschenkunwesen aussprach. In unsern genossenschaftlichen Blättern ist von Zeit zu Zeit, in letzter Zeit allerdings zu selten, gegen dieses Unwesen angekämpft worden. Die Organe des V. S. K. und die Vereinsverwaltungen haben im Laufe der letzten Jahre der Eigenmarke «Co-op» mächtig zum Durchbruch verholfen. Dennoch vermitteln fast alle Verbandsvereine, sowie auch der V. S. K. Artikel mit Geschenkgutscheinen. Also sind wir alle mit wenigen Ausnahmen an den jetzigen Zuständen mitschuldig und mitverantwortlich. Als in den Jahren nach dem Kriege die Gutscheinabgabe wieder einsetzte, haben wir den Kampf gegen dieses Unwesen zu wenig bestimmt und konsequent ge-

führt. Dann liessen wir uns durch die Forderungen der unaufgeklärten oder zu wenig aufgeklärten Konsumenten bestimmen, diese Geschenkartikel auch zu führen, weil sie sonst unsere Mitglieder bei der Konkurrenz gekauft hätten. Immer mehr Geschenkartikel kamen dazu und immer mehr glaubten wir, zur Hebung und Beibehaltung des Umsatzes auch diese Artikel vermitteln zu müssen. So sind wir alle in die heutigen Misstände hineingeraten.

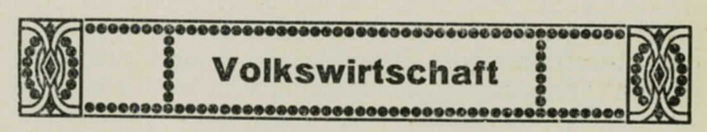
Wie schon gesagt leiden auch andere Länder unter dem gleichen Uebel. Der 19. Genossenschaftstag des «Reichsverbandes Deutscher Konsumvereine» hat am 10. September 1928 in Essen folgende Entschliessung angenommen:

«Das Zugabewesen ist Vortäuschung eines günstigen Warenangebotes und damit eine Unlauterkeit in der Bedarfsdeckung der breiten Schichten. Das Zugabewesen hat einen solchen Umfang angenommen, dass es eine Bedrohung des ehrlichen Handels und eine Schädigung der gesamten Verbraucherschaft darstellt.»

Da die Bestimmungen des Gesetzes gegen den unlautern Wettbewerb nach der bisherigen Rechtssprechung nicht ausreichen, um dem Uebel zu steuern, beschloss der 19. Genossenschaftstag des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine, die Reichsregierung und die gesetzgebenden Körperschaften zu ersuchen, in das Gesetz gegen den unlautern Wettbewerb eine Bestimmung aufzunehmen, dass das Gewähren und Versprechen von Zugaben stets als zur Irreführung geeignete Angaben anzusehen sind. Zu Beginn des Jahres 1929 haben die Zentrumspartei und die Wirtschaftspartei Anträge für ein Zugabenverbot dem Reichstag eingereicht.

Es ist bezeichnend, dass in Dänemark, welches das schärfste Zugabenverbot besitzt, dieses Verbot unter Zustimmung von Handel, Publikum und Industrie nochmals verschärft worden ist! Dort ist es eben den mit Zugaben arbeitenden Handelskreisen nicht gelungen, das Zustandekommen des Verbotes zu verhindern oder ein schon bestehendes Verbot «umbiegen» zu lassen (wie in der Tschechoslowakei). § 12 des dänischen Gesetzes vom 29. März 1924 über Bestimmungen gegen unrechtmässige Konkurrenz und Warenbezeichnung lautet: «Im Detailhandel sind sogenannte Zugaben verboten, ebenso diese Zugaben in der Reklame zu nennen. Uebertretungen werden bis zu 200 Kr. bestraft.» Am 9. April 1926 wurde diese Bestimmung noch ergänzt durch einen Anschlussparagraphen, in dem es heisst: «Es ist verboten, Waren nach dem sogenannten Couponsystem (Schneeball-, Bon-, Anweisungs- oder ähnlichen Systemen) zu verkaufen oder feilzubieten, wodurch die Erwerbung gewisser Waren oder die Forderung auf bestimmte Vergütungen gewerbsmässigen Charakters davon abhängig gemacht werden, dass eine bestimmte Zahl von Coupons usw. gekauft werden. Uebertretungen werden mit Strafen bis zu 4000 Kr. bestraft. Mit der gleichen Strafe wird derjenige belegt, der fortgesetzt mitwirkt bei dem Verkauf oder dem Feilbieten von Waren in der angegebenen Weise. Im norwegischen Gesetz von 1922 wird die Ankündigung von Zugaben verboten, sowie die Gewährung von Zugaben bei gleichzeitigem Zwange des Kaufes einer bestimmten Warenmenge. Als Zugabe gilt auch eine Beiware, für die ein besonders niedriger Preis berechnet wird. Das lettländische Wettbewerbsgesetz von 1927 verbietet, die Gewährung von Zugaben von der Höhe eines Einkaufes anhängig zu machen. In der Tschechoslowakei ist es den Zugabenfreunden gelungen, in dem Wettbewerbungsgesetz von 1927 nur ein Verbot der Prämiengeschäfte (§ 44) zu erwirken, ohne die in weitesten Handelskreisen geforderte scharfe Regelung des Zugabewesens zuzulassen. In Oesterreich hat man ebenfalls ein Zugabenverbot verlangt, aber der gegenwärtig vorhandene Entwurf stellt mit seinen vielen Ausnahmebestimmungen ähnlich wie in der Tschechoslowakei nur eine von den Zugabenfreunden gewünschte Verzerrung der ursprünglichen Verbotsidee dar. In Holland ist im März v. J. eine amtliche Kommission zur Untersuchung der Zugabenfrage ernannt worden.

Dass auch wir in der Schweiz dem immer mehr überhandnehmenden Geschenkunwesen energisch entgegentreten müssen, liegt auf der Hand. Wir finden sicherlich die Mithilfe und Unterstützung anderer, gerecht denkender Verbände und Organisationen. Der V. o. l. G. verteilte gerade in den letzten Tagen ein Flugblatt gegen das Prämien- und Geschenkliunwesen. Auch in Fabrikantenkreisen wie in den Reihen der Rabattvereine ist Unterstützung in diesem Abwehrkampfe zu finden. Unsere beste und wirksamste Abwehr ist das kräftige Bekenntnis zur Eigenmarke «Co-op». Wir sollen und müssen den Mut aufbringen, alle Geschenkli- und Gutscheinware aus unsern Läden zu bannen, auf die Gefahr hin, dass dann und wann eine Hausfrau, welche noch auf die Beigaben erpicht ist, einmal bei der Konkurrenz einkauft. Durch rastlose Aufklärung wird auch die breite Masse der Bevölkerung nach und nach zur Ueberzeugung gebracht werden können, dass das Geschenk- und Beigabewesen schädlich ist.



Wirtschaftlicher Wochenbericht.

Bisher hat die Pariser Reparationskonferenz das Ei des Kolumbus noch nicht auf die Spitze gestellt. Es ist fraglich, ob sie eine Lösung findet, ganz sicher ist es aber, dass sie keine Lösung finden wird, die alle Welt zufrieden stellen wird. Amerika hätte es freilich in der Hand, dem alten Europa einen Frieden nicht nur auf dem Papier, sondern auch in der Wirklichkeit zu bringen. Dazu müsste es aber nicht nur einen blossen Druck auf die europäischen Mächte ausüben, es müsste auch selber sich zu Opfern entschliessen. Es müsste noch etwas anderes tun, als Geld zu hohen Zinsen nach Europa verleihen. Seine ganze Einstellung zum europäischen Problem, seine ganze Zoll- und Handelspolitik, seine Einwanderungspolitik müsste es von Grund auf ändern.

Man wird sich auf der Pariser Konferenz wahrscheinlich auf irgend einen Kompromiss einigen und die Delegierten werden dann unter dem üblichen Regen von diplomatischen Lobsprüchen nach Hause gehen. Aber die Lage Europas als Ganzes wird nach solchem Abschluss kaum besser sein. Europa leidet heute unter dem Mangel am Absatz für seine Produkte und unter dem Mangel an Beschäftigung für seine Arbeiter. Für beides könnte es nirgendwo bessere Hilfe finden als in den Vereinigten Staaten. Die Vereinigten Staaten sind als kaufkräftigstes Land der Welt imstande, den ganzen Ueberfluss der europäischen Industrieproduktion aufzunehmen, sie sind ferner als ein noch immer dünn bevölkertes Land auch in der Lage, noch hunderttausenden von Europäern eine lohnende Existenz zu bieten. Aber Ame-

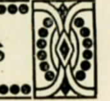
rika befolgt eine Hochschutzzollpolitik, die die meisten europäischen Waren vom amerikanischen Markte ausschliesst und die es bei jeder Zollrevision noch verschärft. Auch die jetzt im Zuge befindliche Revision des amerikanischen Zolltarifs wird jedenfalls noch weitere Zollerhöhungen bringen. Nun ist der amerikanische Zolltarif nebst dem russischen bereits der höchste der Welt. Während man in Europa Zölle von 20 bis 25 Prozent des Warenwertes als exorbitant ansieht, erhebt Amerika vielfach Zölle von fünfzig bis hundert Prozent. Die Folge ist, dass die Ausfuhr Europas nach Amerika viel geringer ist als die Einfuhr von dorther. Je mehr nun der Export nach Amerika eingeengt wird, desto schwerer wird es Europa, seine Schulden an Amerika zu bezahlen oder gar abzutragen, denn im internationalen Verkehr müssen Schulden mit Waren bezahlt werden. Amerika aber, das auf der Eintreibung seiner europäischen Guthaben so nachdrücklich besteht, sucht gleichzeitig Europa die Lieferung von Waren nach Amerika nach Möglichkeit abzuschneiden, und hat damit auch solch guten Erfolg, dass beispielsweise die Schweiz nach Amerika pro Kopf der Bevölkerung nur etwa den vierten Teil von dem verkaufen kann, was ihr das weit entfernte Australien abnimmt. Kann die europäische Schuld an Amerika aber nicht durch Warenlieferungen abgetragen werden, dann muss sie weiter anwachsen und bei den heutigen hohen Zinssätzen muss sie dann in kurzer Zeit eine ungeheure Höhe erreichen.

Die gleiche Politik befolgt Amerika auch gegenüber der europäischen Einwanderung. Fast alle Industriestaaten Europas haben mit schwerer Arbeitslosigkeit zu kämpfen, ihnen allen wäre es eine ausserordentliche Erleichterung, wenn sie einen Teil der überschüssigen Arbeitskräfte in dem am leichtesten zugänglichen Auswanderergebiet der Welt unterbringen könnten. Aber Amerika sperrt sich gegen europäische Einwanderer immer mehr ab. Waren bisher etwa 58,000 Deutsche alljährlich zur Einwanderung in die Vereinigten Staaten zugelassen, so reduzieren die neuen Vorschriften diese Zahl auf etwa 25,000. Freilich hat man gleichzeitig die Zahl der englischen Einwanderer etwas erhöht, aber damit wird der amerikanischen Wirtschaft kaum gedient sein, denn sie braucht hauptsächlich Leute, die mit den landwirtschaftlichen Arbeiten vertraut sind und dazu sind die Bewohner der englischen Grossstädte nicht mehr zu gebrauchen. Aber man hat es sich in Amerika in den Kopf gesetzt, dass man das Land der angelsächsischen Rasse reservieren müsse, so dass man selbst die nachteiligen wirtschaftlichen Folgen unbesehen in den Kauf nimmt. Gewiss machen sich in einem so reichen Lande wie Amerika diese Folgen auch nicht so schlimm bemerkbar. Schlimmer sind sie für Europa und hier vor allem für die europäischen Arbeiter. Wenn der europäische Arbeiter im neunzehnten Jahrhundert seine Lage immerfort verbessern konnte, so war ihm dabei die Möglichkeit der Auswanderung nach den Vereinigten Staaten eine starke Hilfe. Wenn ihm dieses Land verschlossen wird, dann ist er dem Druck der europäischen Krisen viel wehrloser preisgegeben als früher.

Während also die Vereinigten Staaten in ihren offiziellen Kundgebungen von Beteuerungen des Friedenswillens und des Wohlwollens gegenüber aller Welt beständig überfliessen, befolgen sie in der Praxis eine Politik des kompromisslosen Egoismus, der den andern Völkern wirtschaftlich die Gurgel mit amerikanischer Rücksichtslosigkeit zudrückt, wenn er sich davon einen Gewinn für sein eigenes Interesse versprechen kann. Die neu geplanten Zollerhöhungen haben freilich auch die politischen Freunde Amerikas in Europa arg vor den Kopf gestossen. Die französische Regierung hat unbeschadet der politischen Freundschaft einen scharfen Protest gegen die vorgeschlagenen Zollerhöhungen nach Washington abgehen lassen und die Tschechoslowakei will sogar einen allgemeinen europäischen Bund gegen die amerikanische Hochschutzzöllnerei zustande bringen. Dies wäre auch das beste Mittel, die Amerikaner zur Raison zu bringen, denn das rücksichtslose Emportreiben der amerikanischen Zollmauern war nur durch die europäische Uneinigkeit möglich, die jeden einzelnen europäischen Staat an einer kräftigen Gegenwehr gegen die amerikanischen Unbilligkeiten hinderte, weil er fürchtete, dadurch sein Absatzgebiet in den Vereinigten Staaten an die Konkurrenten zu verlieren. Nun scheint aber, dass auch der Krug der amerikanischen Hochschutzzöllner zum Brunnen gehen muss, bis er bricht, das heisst bis Amerika sich durch seine ultraprotektionistische Handelspolitik die übrige Welt so gründlich verfeindet hat, dass sie einmal den Mut zu gemeinsamer Abwehr findet.



Bewegung des Auslandes



Grossbritannien.

Die Versicherungsgenossenschaft erfreut sich einer stetigen Entwicklung. Die Prämieneinnahmen vermehrten sich von 380,123 Pfd. St. in 1916 auf 4,184,162 Pfd. St. in 1928.

Der «Royal Arsenal» Konsumverein, Woolwich hat soeben seinen Geschäftsbericht für das mit dem 12. Januar 1929 beendete Halbjahr herausgegeben. Der Umsatz betrug 3,343,830 Pfd. St., ein Durchschnittsumsatz pro Woche von 128,609 Pfd. St. und eine Zunahme im Vergleich mit derselben Periode des vorherigen Jahres von 4181 Pfd. St. pro Woche. Der Umsatz für das Geschäftsjahr 1928 betrug 6,641,117 Pfd. St., gegenüber 6,241,668 Pfd. St. in 1927 (53 Wochen). Der Verein hatte ein Gesamtguthaben am 12. Januar 1929 von 3,456,252 Pfd. St. Ein Drittel davon stellte Anlagen, Darlehen und Hypotheken dar, Grundeigentum, Gebäude, Immobilien und Betriebseinrichtungen betrugen 1,462,546 Pfd. St. Anteil- und Leihkapital am Ende des Halbjahres stellte sich auf 2,425,819 Pfd. St., eine Vermehrung in 12 Monaten von 213,089 Pfd. St. Die Reserven betrugen 366,328 Pfd. St. und weitere 15,975 Pfd. St. sollen dem Reservefonds zugewiesen werden.

Spanien.

Teilnahme der Genossenschaften an der Ausstellung zu Sevilla. Der Wohlfahrtsausschuss des spanischen Arbeitsministeriums hat bereits Vorkehrungen getroffen, um in der grossen spanisch-amerikanischen Ausstellung, die diesen Sommer veranstaltet wird, eine besondere Abteilung zu schaffen, die die genossenschaftliche Tätigkeit, hauptsächlich unter den Landwirten und den genossenschaftlichen Weinbauern, bezeigen soll. Auch das Konsumgenossenschaftswesen soll vertreten sein.

Mehrere der bedeutenderen Konsum- und landwirtschaftlichen Genossenschaften Kataloniens sind

bereits zur Mitarbeit eingeladen worden und Herr Duran y Guardia, der Sekretär der Bezirksvereinigung von Katalonien, ist zum Direktor der katalonischen Genossenschaftsabteilung an der Ausstellung von Sevilla bestimmt worden.

Indien.

Zufolge einer energischen Propagandatätigkeit kann die Genossenschaftsbewegung Indiens über eine rapide Entwicklung berichten. Im Jahre 1927 bestanden in British Indien rund 67,000 landwirtschaftliche Genossenschaften, 1388 Verbände und 521 Zentralgenossenschaften. Die Fortentwicklung der Bewegung in 1925—1927 ist aus der nachstehenden Tabelle zu ersehen:

Landwirtschaftliche Genossenschaften.

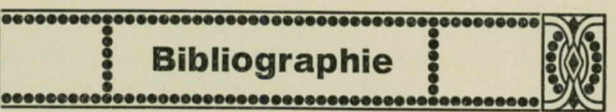
	Kreditgenossenschaften		
	Zahl der Vereine	Zahl der Mitglieder	Betriebs-Kapital*)
1925—27	59,018	1,901,529	20,47
1926—28	65,101	2,115,746	24,14
	Nicht-Kreditgenossenschaften		
	Zahl der Genossenschaften	Zahl der Mitglieder	Betriebs-Kapital*)
1925—27	1,769	121,780	54
1926—28	2,133	154,322	58

*) Lakh Rupien.

Dank der Entwicklung des Genossenschaftswesens in den landwirtschaftlichen Distrikten Indiens kann, im Vergleich zu den Zinsen, die die Geldverleiher früher forderten, ein Zinsabbau verzeichnet werden. Diese Erleichterung einer alten Last hat den Ausblick des Volkes bedeutend geändert.

China.

Genossenschaftliche Verkaufsorganisation für ein neues Erzeugnis von Nankin. Die Weber von Nankin, Erzeuger der neuen Seidenart «chung shan chou», haben sich zum Absatz ihres Erzeugnisses zu einem Verband zusammengeschlossen, der vier Abteilungen umfasst: Allgemeine Angelegenheiten, Materialprüfung, Marktforschung und Reklame. Die Abteilung für allgemeine Angelegenheiten unterrichtet die Weber über die neue Produktionsmethode; die Materialprüfungsabteilung untersucht das Rohmaterial und prüft, ob die Qualität der fertigen Seidenstoffe auf der Höhe ist, und die Marktforschungsabteilung besorgt Marktanalysen und den Verkauf. Die Weber senden ihre Erzeugnisse an die Verkaufsstelle des Verbandes, der sie unter der gemeinsamen Handelsmarke «Yi Shing Kung» verkauft. Jeder Seidenballen trägt einen Zettel mit dem Namen des Erzeugers, dem nach erfolgtem Verkauf der Erlös zugestellt wird.

Bibliographie

Kreis, Prof. Dr. H. Bericht über die Lebensmittelkontrolle im Kanton Basel-Stadt während des Jahres 1928. Basel 1929. 45 Seiten.

Landwirtschaftskammer für die Rheinprovinz. Geschäftsbericht pro 1928. Bonn 1929. 187 Seiten.

Schweiz. Treuhandgesellschaft. Bericht über das XXII. Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 1928. 8 Seiten.

Basler Handelsbank. Sechsundsechzigster Geschäftsbericht des Verwaltungsrates für das Jahr 1928. 18 Seiten.

Basellandschaftliche Kantonalbank. Vierundsechzigster Geschäftsbericht pro 1928. 38 Seiten.

Schweizerischer Bankverein. 57. Geschäftsbericht und Rechnungsabschluss pro 1928. Basel 1929. 32 Seiten.

Eidgenössische Bank. (Aktiengesellschaft.) Fünfundsechzigstes Geschäftsjahr 1928. 15 Seiten und Beilagen.

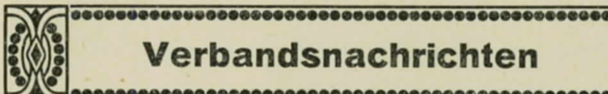
Handwerker-Bank, Basel. Neunundsechzigster Jahresbericht für das Geschäftsjahr 1928. 13 Seiten und Beilagen.

Schweiz. Bankgesellschaft. Das Wirtschaftsjahr 1928. Basel 1929. 51 Seiten.

Landwirtschaftliche Schule Rüti. Jahresbericht pro 1927/1928, erstattet von H. Flückiger, Direktor. 92 Seiten.

Konsumverein Sendling-München. E. G. m. b. H. 42. Geschäftsbericht für das Jahr 1927/28. 73 Seiten.

Pelka, Dr Georg. Gegen das Zugabenunwesen. Für ein gesetzliches Verbot. II. Auflage. Berlin 1929. 68 Seiten.




Verbandsnachrichten

Aus den Verhandlungen der Sitzung der Verwaltungskommission vom 26. März 1929.

1. Der Konsumverein Eglisau ist nun ebenfalls im Besitze eines Telephons. Anruf: Eglisau No. 52.

2. Von der Société coop. de consommation Sonceboz-Sombeval in Sonceboz ist dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jæggi) ein Betrag von Fr. 100.— überwiesen worden, der bestens verdankt wird.

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Kreis IIIb
(Oberwalliser Konsumvereine)

Einladung
zur
Frühjahrs-Konferenz

Donnerstag, den 11. April 1929, morgens 10 Uhr, im Saale des Eggel Cäsar in Naters.

TRAKTANDEN:

1. Appell.
2. Verlesen des Protokolls.
3. Rechnungsablage und Bericht der Revisoren.
4. Wahlen.
5. Jahresbericht und Jahresrechnung des V. S. K. pro 1928, sowie die Traktanden der Delegiertenversammlung des V. S. K. in Davos. Referent: Herr Dr. Schär, Vizepräsident der Verwaltungskommission des V. S. K.
6. Das Konsumgenossenschaftswesen im Oberwallis. Referent: Herr Lehrer Imhof Auxilius, Präsident des Konsumvereins Mörel.
7. Bestimmung des nächsten Konferenzortes.
8. Verschiedenes.

Wir erwarten zahlreiches Erscheinen und entbieten genossenschaftlichen Gruss.

Für den Kreisvorstand IIIb:
Der Präsident: **M. Fux.**
Der Aktuar: **L. Eggel.**

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

EINLADUNG

zur

Frühjahrskonferenz des IV. Kreises

(Kantone Solothurn, Basel-Stadt und -Land)

Sonntag, den 21. April 1929, vormittags 9 Uhr im Bad Lostorf.

TRAKTANDEN:

1. Appell.
2. Mitteilungen.
3. Jahresbericht des Kreisvorstandes und der Revisionsstelle.
4. Rechnungsablage des Kreiskassiers und Bericht der Revisoren.
5. Festsetzung des Jahresbeitrages pro 1929.
6. Wahl der Rechnungsrevisoren.
7. Jahresbericht des V. S. K. pro 1928.
8. Traktanden der Delegiertenversammlung V. S. K. Referent für Traktanden 7 und 8: Herr B. Jæggi, Präsident der Verwaltungskommission V. S. K.
9. Die Bedeutung der Genossenschaftlichen Zentralbank. Referent: Herr Bankdirektor Küng.
10. Nächster Konferenzort.
11. Umfrage.

Das gemeinschaftliche Mittagessen zum Preise von Fr. 3.50 (ohne Wein) wird im Bad Lostorf serviert.

Wir erwarten zahlreiche Beteiligung und entbieten genossenschaftlichen Gruss!

Für den Kreisvorstand,

Der Präsident: **F. Gschwind.** Der Aktuar: **A. Ramel.**

P. S. Auf dem **Bahnhofplatz in Olten** stehen um 8 Uhr Autos zur Verfügung. **Die Kosten für die Autofahrt übernimmt die Kreiskasse.**

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Kreis VIII

(Appenzell, St. Gallen und Thurgau)

Einladung zur Frühlingskonferenz

Sonntag, den 14. April 1929, vormittags 11¼ Uhr im Gasthaus zum «Falken» in Aadorf.

TRAKTANDEN:

1. Protokoll.
2. Statutarische Geschäfte des Kreisverbandes:
   a) Jahresbericht;
   b) Jahresrechnung und Festsetzung des Jahresbeitrages;
   c) Bericht betr. Revisionsverband.
3. Jahresbericht und Jahresrechnung des V. S. K. per 31. Dezember 1928.
4. Traktanden für die Delegiertenversammlung des V. S. K. vom 15. Juni 1929 in Davos.
5. Festsetzung des Ortes der nächsten Kreiskonferenz.
6. Allgemeine Umfrage.

Wir ersuchen um zahlreiche Beschickung der Kreisdelegiertenversammlungen. Die Anmeldungen für das gemeinschaftliche Mittagessen à Fr. 3.— sind direkt dem Konsumverein Aadorf zu übermitteln.

Für den Kreisvorstand VIII,

Der Präsident: **E. Hausammann.**
Der Aktuar: **F. Mächler.**

Romanshorn-Uzwil, den 25. März 1929.

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt

Angebot.

Junges, tüchtiges **Ehepaar** sucht **Konsumfiliale** mit grösserem Umsatz zu übernehmen. Frau ist in allen vorkommenden Bureauarbeiten bewandert und war schon in Konsum in Bureau und Laden tätig. Offerten unter Chiffre G. H. 66 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Lehrstelle gesucht. Eine intelligente Tochter im Alter von 18 Jahren, mit guter Schulbildung, sucht Stelle als **Lehrtochter** zur Erlernung des Verkäuferinnenberufes. Eintritt nach Wunsch. Offerten unter Chiffre B. K. 69 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Wir suchen für jungen, intelligenten und treuen Genossenschafter eine Stelle als **Magaziner.** Derselbe könnte auch für Bureauarbeiten verwendet werden. Schöne Schrift. Offerten unter Chiffre W. R. 70 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Selbständiger, solider, 25jähriger **Bäcker,** mit guten Konditoreikenntnissen, sucht dauernde Stelle in einer Genossenschaftsbäckerei. Offerten mit Lohnangabe sind zu richten unter Chiffre A. L. 71 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Junge **Verkäuferin,** die eine Lehrzeit von 1½ Jahren in grösserem Konsum beendigt hat, sucht auf 15. Mai passende Stelle. Offerten erbeten unter Chiffre H. E. 72 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Treue Tochter gesetzten Alters, sprachenkundig, sucht Stelle in einen Konsum. Anfängerin. Offerten unter Chiffre M. B. 73 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Redaktionsschluss: 4. April 1929.

Buchdruckerei des Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel